

СОЦІАЛЬНІ МЕРЕЖІ ЯК ЗАСІБ ПОПУЛЯРИЗАЦІЇ ЗДОРОВОГО СПОСОБУ ЖИТТЯ СТУДЕНТСЬКОЇ МОЛОДІ

Доповідач: Дунаєвська Ю.С., студентка гр. ЖТ-11

*Науковий керівник: Сірик А.Є., ст.. викладач кафедри фізичного
виховання і спорту*

Досить складно уявити сьогоденне життя людей різного віку без доступу до Інтернету. Він є незаперечним благом цивілізації і багато в чому спростив наше життя. Internet – один з новітніх проявів інформатизації. Він має власну унікальність: по-перше, це багатогранність видів Internet-ресурсів (аудіо, відео, текст, графічні зображення), по-друге – різноманітність засобів та способів комунікації: можливість особистого спілкування, участь у чатах, форумах, групах, соціальних мережах.

Соціальні мережі як потенційний специфічний засіб масової комунікації у своїх працях розглядали Луц Т.Є., Каковський В.О. [1]. На сьогодні проблема впливу на користувачів мало досліджена, що зумовлює актуальність обраної теми. У той же час різноманітні соціальні дослідження підтверджують популярність і стрімке поширення соціальних мереж не лише серед молоді, а й населення в цілому.

Наприклад, за даними регулярного дослідження ринку телеком-послуг GfK Ukraine, частка користувачів соціальних мереж в Україні впродовж трьох років зросла на 14 п.п. і наразі складає 17% населення старше 16 років. Така тенденція обумовлена стрімким поширенням соціальних мереж, найпопулярнішими з яких на сьогодні є «ВКонтакте», «Однокласники» та Facebook. Більш активними користувачами майже всіх соціальних мереж є жінки, у віковій сегментації – молоді люди 16-25 років. Про це свідчать дані спеціального дослідження користування соціальними мережами, здійсненого GfK Ukraine у листопаді 2011 року[3] .

За результатом цього ж дослідження, з 2008 року по третій квартал 2011 року частка користувачів соціальних мереж серед дорослого населення України збільшилась на 14 п.п. і зараз дорівнює 17%[3] .

Проведене нами власне міні-дослідження (анкетування), у якому взяло участь 50 студентів віком від 17 до 21 рр., показало, що 100% молодих респондентів «зареєстровані в соціальних мережах», 45 % з них зізналися, що проводять в мережі близько 7-8 годин, а 50% відповіли, що зареєстровані в соціальних мережах більше двох років. Найпопулярнішою ж соціальною мережею серед опитуваних виявилася

«ВКонтакте» (100%), а дехто з опитуваних студентів (30%) також зареєстровані ще в іншій соціальній мережі. Більшість студентів (70%) заходять на інтернет-сторінку не рідше, ніж один раз в день. Серед чинників таких частих «візитів» - спілкування з друзями (30%), інформація стосовно навчального процесу з власне створених спільнот (25%) та пошук цікавої та розважальної інформації(45%) [3].

Однак мета нашої роботи розглянути соціальні мережі безпосередньо в аспекті впливу на формування здорового способу життя серед студентської молоді.

Позитивно рисою соціальних мереж стала можливість створення спільнот за інтересами. Такі спільноти зручні для студентської молоді, адже завдяки їм завжди можна дізнатися новини університету, розклад або завдання з предметів. Існують також спільноти, присвячені спортивній тематиці. Оскільки, за результатами нашого анкетування, найпопулярнішою виявилася соціальна мережа «ВКонтакте», тож розглянемо це явище на її прикладі.

На сьогоднішній день загальна кількість спільнот складає біля 31 036 605 і збільшується ледь не з кожним днем. Змістове наповнення дуже різноманітне. Однак серед загальної кількості 89 379 присвячено темі спорту, 4 810 – спортивному харчуванню та 527 – спортивним закладам. Назва відповідає тематиці. У перших двох зазначених категоріях містяться різноманітні лозунги, відповідні зображення як стимул здорового способу життя і заняття спортом як необхідна його складова. Також різноманітні поради щодо правильного харчування та заняття спортом, відео-уроки з фітнесу, степ-аеробіки тощо. А спільноти спортивних закладів у такій формі залучають інтернет-користувачів до власної клієнтури.

«40 кг», «Do4a.com - второе дыхание», «Більше, ніж спорт» - найпопулярніші спільноти в соціальній мережі «ВКонтакте», які мають мотиваційний характер. Таким чином відбувається популяризація здорового способу життя. Однак, варто звернути увагу, що в соціальних мережах, як і в інших каналах ЗМІ, цей вплив є двояким, адже існує велика кількість спільнот, що пропагують інші стереотипи поведінки сучасного підлітка, що є наслідком повної відсутності цензури.

Вплив таких спільнот на користувачів мережі «ВКонтакте» можна простежити двома шляхами. Перший – кількість підписників. Варто зазначити, що в цілому вони є доволі популярними серед інтернет-

користувачів. Наприклад, загальна кількість підписників до публічної сторінки «Більше, ніж спорт» 172 336, що є високим показником порівняно зі спільнотою «Бро» (для неї характерний анти мотиваційний характер), де кількість підписників – 40 567. Другий – інформація на сторінках самих користувачів, записи, які вони там розмішують, фото тощо. У той же час, неможливо стверджувати, що поведінка в соціальній мережі достовірно відображає погляди користувачів.

Невпинне входження Всесвітньої мережі у побут, віртуальна соціальна активність молоді змушують сприймати соціальні мережі як специфічний засіб масової комунікації, який забезпечує не лише трансляцію інформації, а й обмін думками шляхом можливого коментування. Наше дослідження виявило, що соціальні мережі можна вважати засобом популяризації спорту та здорового способу життя в цілому, але водночас розглядати соціальні мережі як демотиватор спортивної активності студентської молоді.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Луц Т.Є., Каковський В.О. Вплив соціальних мереж на людину. – К.: НТУУ «КПІ», – 2010. – 213 с.
2. Шугайло Я.В. Теорії впливу засобів масової інформації на особистість. [Інтернет ресурс <https://docs.google.com/viewer>].
3. GfK Ukraine. Прес-релізи. [Інтернет ресурс <http://www.gfk.ua>].

Науково-теоретична конференція викладачів, аспірантів, співробітників та студентів кафедри фізичного виховання і спорту : тези доповідей, м. Суми, 25 квітня 2013 р. / Відп. за вип. А.Є. Шепелев. - Суми : СумДУ, 2013. - С. 57-60.